

## BAB VI

### KESIMPULAN

#### 6.1 Kesimpulan

1. Mendesain hubungan *E-Serqual*, *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty* maka didapatkanlah keputusan dalam suatu pembelian dengan menggunakan 17 indikator yang memengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah *E-SerQual* yang terdiri dari indikator *Reliability/ Fulfilment*, *Responsivness*, *Sosial Media Design*, *Easy to use/ Usability*, *Privacy/ Security* dan *Information Quality/ Benefit*. *E-Satisfaction* yang terdiri dari indikator *Convenience*, *Merchandising*, dan *Servieability*. Serta *E-Loyalty* yang terdiri dari indikator *Recomendation*, *Refuse* dan *Repeat Purchase*.
2. Variabel *E-Serqual*, *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty* saling memiliki hubungan yang signifikan oleh karena itu mempengaruhi keputusan dalam pembelian.

#### 6.2 Saran

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti *E-Trust* yang terdiri dari indikator indikator seperti *integrity*, *competence*, *consistency*, *loyalty* dan *openness* agar mendapatkan hasil yang lebih variatif.

